

Por María Luján Morfi

Desde aquella primera explosión del e-Learning, que para muchos resultó una desilusión, el mercado se ha ido transformando a la par del surgimiento de nuevas necesidades, nuevas demandas, y nuevas maneras de entender el proceso de enseñanza-aprendizaje virtual.

A mediados de la década del '90, comenzó a sonar fuertemente la idea del e-Learning como una solución a todos los problemas de la educación tradicional. Comodidad, inmediatez, manejo de tiempos, ubicuidad, y reducción de costos fueron las principales ventajas que se atribuían a un modelo de aprendizaje novedoso y atractivo. Sin embargo, como suele suceder con este tipo de ensalzamientos, el e-Learning no logró pasar la prueba más importante, la de los estudiantes, y perdió mucha credibilidad en el camino. A pesar de todo, si hoy continuamos hablando de educación virtual es porque el mercado supo aprender de los errores, y desde aquel momento comenzó a redefinir sus medios y sus fines. ¿Qué fue lo que cambió?

Reemplazo vs. Complemento

Uno de los errores más importantes de aquella primera etapa fue considerar, al igual que sucedía en otras áreas de la vida, que la tecnología podría suplir procesos humanos complejos como la educación. El modelo inicial del e-Learning tenía como objetivo reemplazar las situaciones de enseñanza tradicionales, donde alumnos y docentes se encontraban de manera presencial periódicamente, por una relación uno a uno entre alumno y computador.

Esta es la concepción de fondo que marcó el desarrollo de los sistemas de e-Learning, donde la oferta de servicios se concentraba en:

- Informatizar y distribuir los contenidos de toda la currícula, para completar ciclos enteros en esta modalidad.
- Reemplazar al docente tradicional por toda una serie de herramientas electrónicas de apoyo, asesoramiento y contacto asincrónico.
- Desarrollar contenido nuevo, pero no adaptado a las características de la nueva modalidad: muy extenso, poco llamativo, nada interactivo.

La idea de reemplazo eventualmente demostró ser poco efectiva, dando paso a una revalorización del contacto cara a cara y del rol del docente. Al mismo tiempo, los avances en materia tecnológica permitieron enriquecer mucho más los contenidos y sus formas de distribución. Así llegamos al **paradigma actual de la formación virtual como complemento** de la presencial, donde el foco está puesto en:

- Ofrecer contenido en paquetes o píldoras, organizados por tema, a los que el alumno puede acceder más rápida y fácilmente.
- Actuar allí donde la educación tradicional no lo hace; por ejemplo brindando ayuda las 24 horas y alrededor del mundo.
- Distribuir el contenido tradicional pero de maneras novedosas y mejoradas, utilizando los nuevos medios.

Objetos de aprendizaje

La tendencia actual de ofrecer contenido fragmentado, organizado por tema o concepto principal, y encapsulado para un acceso más fácil por parte del alumno corresponde con la idea de que en e-Learning lo que se brinda son objetos de aprendizaje.

De acuerdo con el Learning Technology Standards Committee, un objeto de aprendizaje es "*cualquier entidad, digital o no digital, que pueda ser utilizada, reutilizada o referenciada durante un proceso de aprendizaje mediado por tecnología*".

Chiappe, Segovia, & Rincón dan una definición aún más precisa: "*es una entidad digital, autocontenible y reutilizable, con un claro propósito educativo, constituida por al menos tres componentes internos editables: contenidos, actividades de aprendizaje y elementos de contextualización*".

¿Qué significa todo esto? En primer lugar, los objetos se presentan como la unidad mínima dentro de un curso, que a su vez puede estar dentro de un programa. La idea de reutilización justamente remite a la posibilidad de integrar los objetos a distintos cursos, dado que deben estar definidos en base a estándares comunes.

El mercado actual de e-Learning se está enfocando en el desarrollo, manejo y distribución de colecciones de objetos de aprendizaje.

Los tres componentes internos (contenidos, actividades y contexto) indican que no se trata de objetos informativos (como texto o gráficos), ni objetos mediáticos (como videos o fotos), sino una conjunción de ambos que permite hablar de aprendizaje.

El mercado actual de e-Learning se está enfocando en el desarrollo, manejo y distribución de colecciones de objetos de aprendizaje que abarquen un amplio espectro de las necesidades de formación.

Completar los casilleros vacíos

Una vez que los proveedores de e-Learning entendieron que las ventajas que ofrece esta modalidad no pueden reemplazar a la educación tradicional, comenzaron a pensar que sí podía ayudar a paliar sus desventajas. Así, la educación virtual puede ocupar los espacios vacantes a través de facilidades como la disponibilidad horaria, la ubicuidad, la flexibilidad, y la inmediatez, todos beneficios que le permiten a muchos más alumnos acceder a la formación que buscan.

A medida que el e-Learning se fue extendiendo, también se fueron agregando nuevos tipos de destinatarios: escolaridad primaria y secundaria, formación superior, capacitación corporativa, educación continua. Cada uno de estos grupos presenta necesidades de formación específicas, no sólo en el grado de complejidad de los temas sino también por los requerimientos pedagógicos, psicológicos, sociales y culturales. Cada uno de ellos podrá sacar un provecho distinto de la educación virtual, pero lo importante es que la oferta de e-Learning contemple estas diferencias y haga un uso estratégico de sus capacidades para brindar la mejor experiencia educativa posible en cada caso.

El extenso debate alrededor de la "generación Y" (y todas sus diferencias con las generaciones anteriores) ha llamado la atención sobre una problemática antes poco considerada: no todas las personas aprenden de la misma manera, ni responden de igual forma a los mismos estímulos. Esto ha incitado a la práctica de personalizar los aprendizajes, algo que el e-Learning puede poner en práctica fácilmente gracias a las nuevas tecnologías. El diseño de programas basados en distintos perfiles, necesidades formativas y modos de aprender es lo que el mercado está demandando, y cada vez más proveedores se están haciendo cargo de estos pedidos.

Herramientas multimedia

Frente al dilema de trabajar con nuevos o viejos contenidos, la tendencia del mercado muestra una clara predilección por apelar al uso de contenidos tradicionales, pero presentados de maneras novedosas con la ayuda de los nuevos desarrollos tecnológicos. Esta es la idea detrás del aprendizaje multimedia, que puede incluir herramientas como dispositivos móviles, voz sobre IP, redes sociales, simulaciones, sistemas de teleconferencia, videojuegos, mundos

virtuales, y toda la amplia variedad de servicios online disponibles hoy en día. Con estos elementos auxiliares, los estudiantes con necesidades similares pueden reunirse virtualmente y trabajar de manera colaborativa, otro gran pilar de la educación online actual.

Se ha vuelto cada vez más importante llevar un control más personalizado del proceso de aprendizaje de cada alumno.

Lo importante a la hora de integrar nuevos medios para distribuir el contenido es tener en claro para qué se utiliza cada herramienta. No es una cuestión de utilizar todos los recursos simplemente porque están disponibles, sino de reflexionar su rol dentro del programa. Asimismo, se ha vuelto cada vez más importante llevar un control más personalizado del proceso de aprendizaje de cada alumno, y saber quién está accediendo a qué contenido, a través de qué herramienta tecnológica.

Hacia el futuro

De acuerdo con el estudio "*El estado del arte de la Formación en España 2009*" realizado por la empresa élogos, el e-Learning como metodología supone un 22% del total de horas de formación en las grandes empresas españolas, un 15% en las administraciones públicas, y un 16% en los agentes económicos y sociales. Si bien la educación presencial es la que se lleva el lugar mayoritario, estos números tienen sentido cuando pensamos en el modelo de complemento.

Gracias a sus crecientes ventajas, la tendencia actual en muchas empresas e instituciones educativas es a incorporar opciones de e-Learning. Una mayor penetración de la educación online puede ser muy fructífera, siempre y cuando se maneje con los parámetros del nuevo paradigma.